

## **Zadání diplomové práce**

VŠB-Technická univerzita Ostrava  
Katedra marketingu a obchodu - 116

Fakulta ekonomická  
Akademický rok 2008/2009

### **ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

ve smyslu § 17, odst. f, zákona č. 111/98 Sb. a Studijního a zkušebního řádu pro studium v  
magisterských studijních programech Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava,  
čl. 23 až 26

Jméno diplomanta: **Silvie Grygarová**

Studijní obor: **Marketing a obchod**

#### **Analýza marketingového mixu národní kulturní památky**

#### **Marketing Mix Analysis of National Cultural Site**

*Z á s a d y   p r o   v y p r a c o v á n í ( o s n o v a ):*

1. Úvod
  2. Charakteristika národní kulturní památky
  3. Teoretická východiska marketingového mixu
  4. Metodika sběru dat
  5. Analýza marketingového mixu národní kulturní památky
  6. Návrhy a doporučení
  7. Závěr
- Seznam použité literatury  
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce  
Seznam zkratk  
Přílohy  
Rozsah průvodní zprávy:     50 – 60 stran

Rozsah příloh: podle potřeby

Seznam odborné literatury:

KESNER, L. *Marketing a management muzeí a památek*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1104-4.

FREY, P. *Marketingová komunikace, to nejlepší z nových trendů*. 1. vyd. Praha: Aspi, 2008. 195 s. ISBN 978-80-7261-160-7.

JANEČKOVÁ, L. a VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. 179 s. Manažer. ISBN 80-7169-995-0.

PAYNE, A. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. 248 s. ISBN 80-7169-276-X.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Hluchníková Miluše, CSc.

Datum zadání diplomové práce:

Datum odevzdání diplomové práce:

.....  
diplomant

.....  
vedoucí DP

L. S.

.....  
vedoucí katedry

.....  
děkan

V Ostravě dne